

Platformización del flujo de información internacional

Introducción

ALAN OUAKRAT

Irméccen
Université Sorbonne Nouvelle
alan.ouakrat@sorbonne-nouvelle.fr
0000-0002-6558-6239

CHRIS PATERSON

University of Leeds
C.Paterson@leeds.ac.uk

FRANCK REBILLARD

Irméccen
Université Sorbonne Nouvelle
franck.rebillard@sorbonne-nouvelle.fr

JASMIN SURM

University of Leeds
J.Surm@leeds.ac.uk

CAMILA MOREIRA-CESAR

Irméccen
Université Sorbonne Nouvelle
camila.moreira-cesar@sorbonne-nouvelle.fr
0000-0002-4899-8282



n esta edición especial, esperamos profundizar y ampliar las reflexiones sobre los flujos de noticias internacionales y cómo las plataformas digitales privadas —con su creciente influencia en todas las esferas de la vida social— aumentan o reducen la diversidad de las noticias internacionales. Aunque están claramente interconectados, estos temas rara vez son considerados en conjunto. Sin embargo, nuestro mundo está mediado por un ecosistema de noticias cada vez más complejo en el que los algoritmos de las plataformas son fundamentales para aumentar la visibilidad de las noticias (internacionales) para el público (Bucher, 2018).

En este sentido, este dossier extiende las reflexiones desarrolladas en otro número publicado hace casi una década en esta misma revista. Sin centrarse exclusivamente en la circulación de noticias en línea, la edición *Fontes e Fluxos de Notícias* [Fuentes y flujos de noticias] (2012) ya señalaba el creciente papel que desempeñan los intermediarios digitales. Resulta sorprendente observar hoy que en aquel momento se consideraba intermediarios tanto a los individuos como a las organizaciones (empresas). Obviamente, los agregadores de noticias como Google News, lanzados a principios de la década de 2000, ya estaban bien establecidos pero, aun así, algunos investigadores se interesaban por el papel de los bloggers, no solo como difusores, sino también como productores de informa-

Pour citer cet article, to quote this article,
para citar este artigo :

Alan Ouakrat, Chris Paterson, Franck Rebillard, Jasmin Surm, Camila Moreira-Cesar, « A circulação dos fluxos de informação internacionais pelo prisma da platformização do jornalismo », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne, online], Vol 12, n°1 - 2023, 15 juin - june 15 - 15 de junho.
URL : <https://doi.org/10.25200/SLJ.v12.n1.2023.533>



ción. Del mismo modo, los sitios de redes sociales se consideraban herramientas al servicio de sus usuarios para la difusión de información, así como difusores de noticias producidas por empresas de comunicación.

Desde entonces, se tiene la sensación de que las empresas mediáticas se han puesto progresivamente al servicio de las redes sociales digitales, relegando a los internautas a una posición de meros consumidores de contenidos. Tal movimiento hacia las redes sociales digitales prolonga así el iniciado anteriormente con los motores de búsqueda, y plantea la hipótesis de una captura infraestructural de los medios de comunicación (Nechushtai, 2018). Con el tiempo, la relación entre los productores de noticias y los intermediarios digitales se ha ido integrando cada vez más en forma de plataforma (Smyrniotis y Rebillard, 2019), donde los primeros se han convertido en proveedores de contenidos (complementadores) de los segundos (plataformas). Las plataformas digitales son propiedad de empresas transnacionales cuyo tamaño y concentración se han ampliado considerablemente (Alphabet reúne a Google y YouTube, Meta engloba a Facebook, Instagram y WhatsApp). De este modo, los desafíos geopolíticos a la circulación de noticias a escala mundial se renuevan a medida que los competidores amplían su zona de influencia (incluso a través de TikTok y la empresa china ByteDance).

Décadas de investigación en comunicación sobre las desigualdades y los desequilibrios en los flujos internacionales de noticias han demostrado una asimetría entre los países del Norte Global y aquellos del Sur Global —con un fuerte enfoque en las agencias internacionales de noticias y las redes globales de medios de comunicación (Mattelart, 2014; Schiller, 1976)—. Sin embargo, estos conocimientos deben actualizarse para dar cuenta de las particularidades del contexto digital, dado que el periodismo y los medios de comunicación se han transformado con la aparición de plataformas oligopolísticas. Situadas durante mucho tiempo en el centro de la investigación sobre el flujo de información, las agencias de noticias actúan como “organizaciones intermediarias de noticias” (Rantanen y Kelly, 2020, p. 1897) y desempeñan un papel decisivo en la comunicación y los asuntos mundiales (Rantanen, 2021; Surm, 2020). Al actuar como gatekeepers (editores), influyen y determinan la agenda mediática internacional (Thussu, 2000, p. 130; Jukes, 2022, p. 5), y proporcionan información sobre acontecimientos lejanos que las organizaciones mediáticas no pueden cubrir por sí mismas debido a los elevados costos de la cobertura internacional (Jukes, 2022, p. 2; López del Castillo Wilderbeek, 2023, p. 919). La posición de agentes del imperialismo que antes ocupaban las agencias no ha desaparecido del todo, como Xinhua, por ejemplo, que suele ser considerada como líder de los esfuerzos de China por influir en los medios de comu-

nicación a nivel internacional (Madrid-Morales, 2021). A pesar de su importancia como actores globales en el entorno informativo mundial (Sánchez Marín, 2017, p. 158), las agencias de noticias, y especialmente sus prácticas (Paterson, 2012, p. 1), siguen siendo poco investigadas en comparación con otros tipos de medios de comunicación (Rantanen, 2021, p. 264). Del mismo modo, desde el último gran estudio sobre los flujos internacionales de noticias hace ya dos décadas (Wu, 2000), las investigaciones sobre la circulación internacional de la información (desde su origen hasta sus canales de distribución y geografía) son escasas (con la excepción de Watanabe, 2017).

Al igual que las agencias de noticias, las plataformas digitales también se han convertido en cierta medida en transnacionales de la información. A diferencia de las primeras, que se sitúan aguas arriba en la cadena de la información, las plataformas están aguas abajo, por lo que se benefician del contacto directo con los internautas, a menudo en detrimento de los medios de comunicación. Así pues, las cuestiones de libertad de expresión y pluralismo, tan importantes para las sociedades democráticas, también afectan a las plataformas digitales. Por lo tanto, la normativa en este ámbito debe aplicarse por igual tanto a las plataformas como a los medios de comunicación.

Los Estados han tardado mucho en tomar conciencia de esta situación. Usando la metáfora de un antiguo miembro de la autoridad reguladora de los medios de comunicación franceses (CSA - Arcom), que también es investigador en economía de las telecomunicaciones (Curien, 2021), durante varios años los canales de televisión se regularon como peces en una pecera, si bien dicha pecera se encontraba inmersa en un océano de información en el que nadaban los internautas.

Poco a poco, el marco legislativo y reglamentario va evolucionando y adaptándose a la información que transita tanto por las plataformas como por los medios tradicionales. Sin embargo, existe otro reto, esta vez en el ámbito internacional de los gigantes tecnológicos. En efecto, ya no basta con fijarse en el marco nacional; es necesario pasar a un escenario supranacional. La Unión Europea es pionera en este campo. El proyecto de Ley Europea de Libertad de los Medios de Comunicación constituye una novedad en tanto las cuestiones de libertad de los medios no suelen tratarse a escala europea. Sin embargo, su puesta en práctica resulta difícil, ya que hay que lidiar con países que (por decirlo de forma caricaturesca) son intervencionistas en el Sur de Europa y prefieren el libre intercambio en el Norte de Europa, lo que lleva a la creación de una metarregulación cuya aplicación está aún por llegar (Cantro Gamito, 2023). En este respecto, cabe sospechar que la perspectiva neoliberal seguirá dominando, dado que ha inspirado en gran medida la regulación digital inter-

nacional hasta ahora, basada en particular en la visión libertaria de la autorregulación que alimentó los ideales originales de Internet (Bietti, 2023).

La relación entre las noticias y los usuarios evoluciona de forma dinámica, en parte configurada por las potencialidades digitales (affordances) diseñadas por las plataformas. Desde hace casi dos décadas, los teléfonos móviles se asocian al uso de las redes sociales para distribuir contenidos, incluidas las noticias. Sin embargo, si son pocas las plataformas que dominan los flujos de información, ¿cuáles son las consecuencias para el periodismo internacional y, sobre todo, para la diversidad de la información a escala mundial? A pesar de la abundancia de contenidos en línea, su originalidad, así como su calidad, no siempre están a la altura, lo que resulta problemático para el pluralismo en el entorno digital (Paterson, 2007; Rebillard y Loicq, 2013). Reducir las barreras para que los productores de información entren en el mercado no significa necesariamente una mayor pluralidad de fuentes con la misma visibilidad. De hecho, esto puede contribuir a una homogeneización de las noticias debido al entrelazamiento de las lógicas de control económico y político. Si bien la producción de noticias está más descentralizada y es permeable a más voces, el proceso de selección sigue siendo la clave de la visibilidad (y del acceso público) y sigue estando controlado principalmente por las plataformas en el ámbito digital. ¿Cómo afecta este control al flujo internacional de noticias en el entorno digital? ¿Contribuye (o no) a homogeneizar el significado de la vida social y de los acontecimientos?

Mientras que el consumo de noticias a través de los canales tradicionales (prensa, radio y televisión) ha disminuido a escala internacional en la última década, las consultas en línea han aumentado, aunque solo marginalmente (Newman et al., 2022). Esto sugiere una creciente desconexión de las audiencias con respecto a las noticias (5 % en 2022), lo que coincide con un declive general del interés por el periodismo. En general, Facebook es la red más popular para leer noticias en línea, aunque su uso ha disminuido un 12 % desde 2016. Sin embargo, el consumo de información en medios digitales y redes sociales varía en las distintas regiones del mundo. Si bien África y América Latina muestran un uso mayor que los países occidentales, las plataformas utilizadas difieren. Mientras que Facebook es utilizado por 59 % de la población en África, WhatsApp (55 %) y Telegram (18 %) son igualmente populares. En América Latina, por su parte, las principales redes sociales digitales tienen una importancia muy similar en comparación con Asia, donde el uso de las plataformas depende en gran medida del país. Además de la posición destacada de GAFAM (Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft), para entender la circulación internacional de la información es necesario tener en cuenta la aparición de actores competi-

dores y otras zonas geográficas. En este sentido, el desarrollo de BATX (Baidu, Alibaba, Tencent, Xiaomi), así como la rápida expansión mundial de la red social china TikTok sugieren un cambio en las relaciones de poder. Aunque TikTok sigue siendo más popular entre los jóvenes menores de 25 años (un 40 %, de los cuales 15 % consume noticias), su uso en todos los grupos etarios no ha dejado de aumentar.

En los países del Sur, el papel de Google y Facebook como servicios o aplicaciones web se complementa con la importancia de dispositivos de mensajería instantánea como WhatsApp (también propiedad de Facebook) o Telegram. Aunque no privilegie la producción de periodismo original, WhatsApp es una pieza clave del ecosistema informativo brasileño al interactuar con los flujos de otras plataformas y medios tradicionales (Piaia y Alves, 2020). WhatsApp y Telegram asumieron un papel estratégico en la orquestación de campañas de desinformación durante las elecciones brasileñas de 2018 y 2022, acentuando la polarización política en este país (Chagas, 2022; Moreira Cesar y Santos, 2020; Baptista et al, 2019), y su papel en la propagación de desinformación en África es considerable (Wasserman y Madrid-Morales, 2022). Recientemente, la pandemia del COVID-19 ha encontrado en el entorno digital tierra fértil para la difusión de teorías conspirativas e iniciativas de “reinformación”. Frente a estos problemas, la legislación brasileña, por ejemplo, se ha preocupado especialmente por una “regulación social” de internet, quedando como secundaria su regulación económica (Ruediger, 2022).

La cooperación entre las organizaciones de medios de comunicación y las plataformas digitales (de gran tamaño) es polifacética. Incluye iniciativas de financiación relacionadas con la innovación (Ouakrat, 2020; Papaevangelou y Smyrniaios, 2022; Papaevangelou, 2023), así como la colaboración con gobiernos y actores clave del sector de los medios de comunicación para combatir la desinformación. Por ejemplo, el proyecto Meta Journalism Project, dedicado a la verificación de datos, fue liderado por la Agence France Presse (AFP) y contó con la participación de más de cincuenta empresas de comunicación durante las elecciones francesas de 2022. De este modo, las agencias de noticias ocupan una posición privilegiada para corregular el entorno informativo junto con las plataformas y los principales medios de comunicación, así como para interferir en la selección y verificación de la información que se difundirá al público. Si bien no está vinculada explícitamente a las noticias, sino a contenidos más amplios generados por los usuarios (UGC por sus siglas en inglés), la moderación de las plataformas se produce principalmente en el Sur Global (como documenta, por ejemplo, Roberts, 2019). El objetivo es reducir el costo de esta actividad, pero sin ninguna garantía de que los intereses del Sur estén debidamen-

te representados. Este tipo de contenidos sigue beneficiándose de la moderación en las lenguas dominantes (inglés, francés y portugués, por ejemplo) y tiene menos consideración por otras lenguas. Eso exigiría unos recursos (humanos y monetarios) que las plataformas aún no están dispuestas a dedicar a esta actividad crucial, aunque de ello dependa la calidad del servicio que prestan a los usuarios. En este aspecto también hay una gobernanza de dos niveles, con moderación automatizada para la mayoría de contenidos e idiomas y moderación humana diferenciada para países específicos y usuarios de los países del Norte.

El poder de las plataformas ha dado lugar a solicitudes de regulación para mejorar su cumplimiento y establecer leyes sobre propiedad intelectual, privacidad (como el RGPD en la Unión Europea), competencia y antimonopolio, evasión fiscal y difusión de desinformación. La capacidad de interrumpir el flujo de noticias a escala continental se puso de manifiesto en 2021, cuando Facebook y Google fueron blanco de una ley australiana destinada a garantizar una retribución para las organizaciones de medios de comunicación por las noticias distribuidas por las plataformas. Los despidos masivos y los recortes presupuestarios, así como una regulación más rigurosa por parte de las autoridades administrativas y supranacionales, en la línea de decisiones europeas como la DSA/DMA, están impulsando a las plataformas hacia una dinámica de innovación más prudente en relación con la privacidad, la publicidad dirigida y la distribución de contenidos informativos. A pesar de esta nueva circunstancia, las plataformas digitales más sólidas siguen siendo influyentes. Precisamente por ello, es necesario seguir analizando sus lógicas de expansión, dominio y control sobre la distribución de la información, así como las formas en que los proveedores tradicionales de noticias se adaptan a ellas. La gobernanza y la regulación de las plataformas deben ser supervisadas por la sociedad civil y la comunidad científica si queremos avanzar hacia un entorno informativo más plural desde el punto de vista político y cultural.

Este número reúne tres artículos, entre ellos una entrevista de Chris Paterson a Tristan Mattelart y dos textos de Raphaël Lupovici y Darsana Vijay, presentados durante la preconferencia de la ACI celebrada en París el 26 de mayo de 2022 (evento organizado en colaboración entre la Universidad Sorbonne Nouvelle y la Universidad de Leeds). La entrevista de Mat-

telart profundiza la presente introducción mediante una perspectiva histórica y referencias a estudios de especialistas en economía política (crítica) de la comunicación sobre la circulación de la información, actualizados mediante la revisión de investigaciones sobre plataformas. El investigador sugiere conexiones y continuidades entre estos diferentes trabajos, en lugar de olvidar los legados de investigaciones anteriores. Luego, Darsana Vijay explora cómo, en la India, los actores de los medios de comunicación locales tienen que adaptar su forma de presentar las noticias a la audiencia según la lógica publicitaria de Facebook. Por último, la contribución de Raphael Lupovici sobre los Chalecos Amarillos (movimiento social francés) y los Trenes de la Libertad (en Quebec) nos invita a reflexionar sobre (la redefinición de) las fronteras entre periodismo y activismo mediadas por las plataformas, en particular Facebook.

Lejos de agotar el tema, nos gustaría considerar este trabajo como una etapa en la labor de documentación y análisis de lo que está en juego cuando las plataformas internacionales toman el control del entorno mediático, afectando tanto la dinámica de circulación como la diversidad de las noticias internacionales. Muchas preguntas siguen sin respuesta y pueden abrir caminos para futuras investigaciones: ¿hasta qué punto son responsables los gigantes tecnológicos en cuanto a su impacto en las economías de los medios de comunicación y las industrias culturales? ¿Cómo podríamos imaginar una “circulación libre y equilibrada” de noticias en línea que no esté determinada por el mercado ni controlada políticamente por los gobiernos, sino que sea capaz de ofrecer nuevos recursos a los ciudadanos? ¿Cómo influye en el debate público el control algorítmico sobre el flujo de información? ¿Contribuye YouTube activamente a la diversidad informativa? Y si es así, ¿cómo? ¿Son TikTok y Snapchat más proclives a la diversidad informativa que plataformas ya bien posicionadas como Facebook o Google? ¿Cuáles son las posibilidades de resistir o reducir el poder de las plataformas sobre la circulación de noticias a escala internacional? ¿Y cómo se puede regular, en beneficio del interés colectivo, el poder privado de los gigantes tecnológicos cuando estos amenazan la democracia y la sociedad?

Traducido por Jorge Ferreira

REFERENCIAS

- Baptista, A., Rossini, P., Veiga de Oliveira, V., & Stromer-Galley, J. (2019). A circulação da (des) informação política no WhatsApp e no Facebook. *Lumina*, 13(3), 29-46.
- Bietti, E. (2023). A genealogy of Digital Platform Regulation. *Georgetown Law Tech Review*, 7, 1-6.
- Bucher, T. (2018). *If... Then: Algorithmic Power and Politics*. Oxford: Oxford University Press.
- Cantero Gamito, M. (2023). The European Media Freedom Act (EMFA) as meta-regulation. *Computer Law & Security Review*, 48.
- Chagas, V. (2022). WhatsApp and Digital Astroturfing: A Social Network Analysis of Brazilian Political Discussion Groups of Bolsonaro's Supporters. *International Journal of Communication*, 16, 2431-2455. Available from: <<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/17296/3770>>.
- Curien, N. (2021). The Audiovisual Industry Facing the Digital Revolution: Plunging the Predigital Fishbowl into the Digital Ocean. In: Matei S.A., Rebillard F., Rochelandet F. (eds.), *Digital and Social Media Regulation. A Comparative perspective of the US and Europe*, Palgrave Macmillan, p. 17-43.
- Eurostat. (2022). *Consumption of Online News Rises in Popularity*. [Accessed 04 April 2023]. Available from: <https://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-eurostat-news/-/ddn-20220824-1>.
- Jukes, S. (2022). *News Agencies. Anachronism or Lifeblood of the Media System?* London and New York: Routledge.
- López del Castillo Wilderbeek, F. L. (2023). Digital Native Media and Dependence on News Agencies in Spain. *Vivat Academia*, 156, 89-106.
- Madrid-Morales, D. (2021). Who Set the Narrative? Assessing the Influence of Chinese Global Media on News Coverage of COVID-19 in 30 African Countries. *Global Media and China*, 6(2), 129-151.
- Mattelart, T. (2014), « Les enjeux de la circulation internationale de l'information », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 5. DOI: 10.4000/rfsic.1145
- Moreira Cesar, C., & Santos N. F. (2020). Quelle place pour les communicants politiques à l'ère des campagnes WhatsApp au Brésil ?, *Quaderni*, 101, 77-96.
- Nechushtai, E. (2018). Could digital platforms capture the media through infrastructure? *Journalism*, 19(8), 1043-1058.
- Newman, N.; Fletcher, R.; Robertson, C.T., Eddy, K., & Kleis Nielsen, R. (2022). *Reuters Institute Digital News Report 2022*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. [Accessed 04 April 2023]. Available from: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022>.
- Nielsen, R. K., & S. A. Ganter. (2018). "Dealing with Digital Intermediaries: A Case Study of the Relations between Publishers and Platforms." *New Media & Society* 20(4), 1600-17.
- Ouakrat, A. (2020). Négocier la dépendance ? Google, la presse et le droit voisin. *Sur le journalisme*, 9(1), 44-57
- Papaevangelou, C. (2023). Funding intermediaries: Google and Facebook's strategy to capture journalism. *Digital Journalism*. DOI: [10.1080/21670811.2022.2155206](https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2155206)
- Papaevangelou C., & Smyrniaios N. (2022, not published). Regulating dependency: the political stakes of online platforms' deals with French publishers. HAL <https://hal-univ-tlse2.archives-ouvertes.fr/halshs-03747847v2>
- Paterson, C. (2007). International news on the internet: Why more is less. *The International Journal of Communication Ethics*, 4 (1/2), 2007, 57-66.
- Paterson, C. (2012). News Agencies. In: Donsbach, W. ed. *The International Encyclopedia of Communication*. Hoboken: John Wiley & Sons, pp.1-7. [Accessed 04 April 2023]. Available from: <https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbiecn015.pub2>.
- Pew Research Center. (2018). Publics Globally Want Unbiased News Coverage, but Are Divided on Whether Their News Media Deliver. [Accessed 04 April 2023]. Available from: <https://www.pewresearch.org/global/2018/01/11/publics-around-the-world-follow-national-and-local-news-more-closely-than-international/>.
- Piaia, V. & Alves, M. (2020). Abrindo a caixa preta: análise exploratória da rede bolsonarista no WhatsApp. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*. 43(3), 135-154.
- Rantanen, T. & Kelly, A. (2020). Abnegation, Accommodation and Affirmation: Three Discursive Modes for the Institutional Construction of Independence among National News Agency Executives in Europe. *Journalism*. 21(12), 1896-1912.
- Rantanen, T. (2021). Toward Hybridity? Nationality, Ownership, and Governance of News Agencies in Europe. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 98(1), pp.263-282.
- Rebillard, F. & Loicq, M. (eds.). (2013), *Pluralisme de l'information et media diversity. Un état des lieux international*, De Boeck.
- Roberts, S. (2019), *Behind the Screen: Content Moderation in the Shadows of Social Media*, Yale University Press
- Ruediger, M. A. (Coord.) (2022). Regulação de plataformas digitais: uma contribuição para a análise do debate nacional frente a um desafio global. Policy paper. Rio de Janeiro: FGV DAPP.
- Sánchez Marín, G.; Mico Sanz, J. L., & Justel Vázquez, S. (2017). Journalistic Multi-Skilling in the News Agencies AFP, EFE, ANSA, and ACN. *Trípodos*. 41, 157-172.
- Schiller, H. I. (1976), *Communications and Cultural Domination*, New York, M.E. Sharpe.
- Smyrniaios, N. (2018), *Internet Oligopoly. The Corporate Takeover of Our Digital World*, Emerald Publishing, 191p.
- Smyrniaios, N., Rebillard, F. (2019). How infomediary platforms took over the news. A longitudinal perspective. *The Political Economy of Communication*, 7(1), pp. 30-50.
- Surm, J. (2020). AFP, EFE and dpa as International News Agencies. *Journalism*, 21(12), 1859-1876.
- Thussu, D.K. (2000). *International Communication. Continuity and Change*. London: Hodder Education.
- Watanabe, K., (2017). The Spread of the Kremlin's Narratives by a Western News Agency During the Ukraine Crisis. *The Journal of International Communication*. 23(1), 138-158.
- Wu, H. D., (2000). Systemic Determinants of International News Coverage: A Comparison of 38 Countries. *Journal of Communication*. 50(2), 110-130.

